Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO)

Asyari Dila A, asyaridl83@gmail.com
Fida Ayu Nurrizkia Putri, fida.putri@gmail.com
Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bandung

Abstract:

Fear of Missing Out (FoMO) is a type of problematic behavior that often occur when someone experiences the fear of missing out on an event that is considered as important. This behavior is prone to be experienced by adolescents with an age range of 12-23 years. FoMO can be caused by several factors, one of which is the use of internet and social media where people tend to be interested in following popular trends. The purpose of this research is to examine how much effect does Instagram has on FoMO among adolescents. Quantitative methods are used in this research by collecting data through questionnaires. The X variable is the use of Instagram social media, while Y variable is the FoMO behavior in adolescents.

Keywords: adolescents; fear of missing out; social media

Abstrak:

Perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan hal yang sering terjadi pada seseorang yang mengalami perasaan takut tertinggal akan suatu kejadian yang dianggap sebagai momen penting. Perilaku ini rentan dialami oleh remaja dengan rentang usia 12-23 tahun. Perilaku FoMO ini dapat disebabkan oleh beberapa penyebab, salah satunya yaitu penggunaan internet dan media sosial di mana orang-orang akan cenderung tertarik untuk mengikuti *trend* yang sedang populer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat besarnya pengaruh salah satu media sosial yaitu Instagram terhadap perilaku FoMO di kalangan remaja. Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu analisis statistik dengan pendekatan kuesioner. Variabel X pada penelitian ini menunjukkan penggunaan media sosial instagram, sedangkan variabel Y menunjukkan perilaku FoMO pada remaja.

Kata kunci: Perilaku *fear of missing out*; media sosial; remaja

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa banyak perubahan seiring perkembangan teknologi. Sekarang kita tidak perlu untuk bertemu langsung untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain. Kita bisa menggunakan media sosial yang lebih praktis dan dapat menjangkau ke jarak yang lebih jauh seperti di luar pulau maupun di luar negeri. Teknologi sangat membantu kita untuk dapat berkomunikasi dengan lebih mudah menggunakan media sosial.

Adapun salah satu manfaat dari perkembangan sarana teknologi, yaitu kini kita dapat menggunakannya sebagai sarana berkomunikasi ke seluruh penjuru dunia. Selain itu, internet adalah salah satu media yang strategis untuk mempromosikan barang dan jasa. Penggunaan internet dan media sosial sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, ini menunjukkan betapa besarnya pengaruh hal-hal tersebut terhadap perkembangan diri anak bangsa. Kebutuhan penggunaan internet dan media sosial di zaman sekarang, diiringi oleh efek munculnya pandemi Covid-19 di tahun 2019, semakin menambah pentingnya peran kedua hal tersebut untuk tetap saling terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini akan memicu munculnya perasaan takut "tertinggal" jika kita tidak mengikuti suatu informasi atau *trend* yang sedang *booming* di masyarakat.

Media sosial tidak hanya memberikan kenyamanan kepada masyarakat untuk membangun dan mengembangkan hubungan komunikasi, namun dapat membuka sebuah jendela penting untuk mempelajari informasi dunia luar (Dempsey et al., 2019; Zhang, 2020). Namun, sebuah presentase yang signifikan mengenai orang-orang yang menggunakan media sosial telah mengalami masalah penggunaan media sosial, yang dapat mengancam kesehatan mental mereka (Rasmussen et al., 2020).

FoMO atau ketakutan akan kehilangan, merupakan faktor yang mendorong individu untuk menggunakan media sosial secara aktif dan terdapat korelasi yang positif antara FoMO dan frekuensi penggunaan media sosial (Przybylski et al., 2013). Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO seseorang, semakin sering pula iadan memiliki korelasi yang positif dengan penggunaan media sosial. FoMO dapat diartikan sebagai rasa takut yang dirasakan ketika merasa terlewatkan momen penting dari individu atau kelompok lain di media sosial.

Seseorang dengan perilaku FoMO memiliki keinginan untuk menjalin hubungan dengan orang lain melalui media sosial supaya tidak kehilangan momen berharga dari individu atau kelompok lain melalui media sosial, dengan tujuan untuk dapat melihat setiap aktivitas yang mereka lakukan. Dampaknya, orang akan merasa cemas atau tidak nyaman jika tidak membuka akses media sosial atau melihat setiap postingan terbaru dari orang lain.

Berdasarkan survey dilakukan, pengguna media sosial dengan intensitas tertinggi adalah remaja. WHO menjelaskan bahwa rentang usia remaja mulai 10-24 tahun, sedangkan Santrock (2003), menjelaskan bahwa rentang usia remaja dimulai sejak usia 12-23 tahun. Alasan kami memlih remaja untuk dijadikan sampel adalah karena remaja merupakan masa mereka memerlukan perhatian yang lebih dari lingkungan sekitarnya, termasuk keluarga, teman, dan lingkungan sosial. Butuh dukungan dari orang tua dan masyarakat sekitarnya untuk membantu mereka dalam proses pembentukan kepribadian dan identitas yang sehat. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet, remaja saat ini cenderung lebih tergantung pada media sosial dan kebanyakan menghabiskan waktu berjam-jam di depan layar ponsel mereka.

Perilaku FoMO menjadi sangat umum di kalangan remaja saat ini. Remaja cenderung merasa harus terus mengikuti perkembangan terbaru di media sosial dan terus memperbarui dan memeriksa akun sosial mereka agar tidak ketinggalan informasi.Dampak dari perilaku FoMO terhadap remaja sangatlah besar. Mereka bisa merasa cemas, khawatir, dan hiperaktif dalam melacak aktivitas media sosial mereka. Selain itu, minat mereka terhadap kegiatan nyata dan sosialisasi dengan teman-temannya juga bisa menurun. Hal ini juga bisa menyebabkan rendahnya tingkat produktivitas dan konsentrasi ketika mereka sedang melakukan tugas atau aktivitas lainnya karena terus-menerus tergoda untuk memeriksa media sosial mereka.

Media sosial Instagram sesuai untuk dijadikan bahan penelitian untuk melihat pengaruhnya terhadap perilaku FoMO terhadap remaja karena memiliki beberapa alasan sebagai berikut.

1. Populer di kalangan remaja dan dewasa muda. Instagram memiliki fitur "stories" yang memunculkan konten dengan waktu terbatas, sehingga dapat menginduksi rasa FoMO pada pengguna. Pengguna merasa bahwa mereka harus melihat stories tersebut segera setelah diterbitkan agar tidak melewatkan informasi yang mungkin penting.
2. Instagram memungkinkan pengguna untuk melihat hidup orang lain secara langsung dan terus menerus melalui fitur *live*. Hal ini dapat membuat pengguna merasa tertinggal atau merasa tidak cukup bahagia dengan hidup mereka sendiri jika dibandingkan dengan hidup orang lain.
3. Instagram merupakan platform visual yang memungkinkan pengguna untuk menyaksikan gambar dan video yang dari orang lain, yang dapat membuat pengguna merasa kekurangan atau

merasa terinspirasi untuk melakukan perbandingan sosial.

4. Instagram memiliki sistem notifikasi yang aktif, yang dapat memicu pengguna untuk memeriksa konten terbaru pada platform. Ini dapat menyebabkan kecemasan atau ketidaknyamanan pada pengguna jika mereka merasa bahwa mereka sudah ketinggalan banyak informasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu analisis statistik dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian kuantitatif lebih dikenal dengan sebutan penelitian *positivisme* karena didasari pada filosofi *positivisme*; Dalam sebuah penelitian, data statistik sangat penting untuk digunakan sebagai alat uji penghitungan. Data yang diukur tersebut berupa angka-angka yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dengan menggunakan statistik, data-data tersebut akan dianalisis dan diolah sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang relevdalam penelitian tersebut terdiri dari angka-angka yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Tujuan penggunaan statistik dalam penelitian adalah untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat diandalkan dari data yang telah diperoleh. (Sugiyono, 2018).

Kuisoner disebarkan kepada lebih dari 100 orang responden dengan rentang usia 12-23 tahun. Dengan variabel X menunjukkan penggunaan media sosial Instagram, sedangkan variabel Y menunjukkan perilaku FoMO pada remaja. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Smart *Partial Least Square* (Smart PLS) yang sangat membantu penelitian serta dapat memenuhi *missing value*. Smart PLS atau Smart Partial Least Square merupakan sebuah program dalam komputer yang dikembangkan untuk melakukan analisis statistik dengan tujuan untuk mengujiketerkaitan antar variabel. Program ini bermanfaat dalam menguji hubungan antara variabel laten serta variabel indikator. Penggunaan Smart PLS sangat dianjurkan ketika kita memiliki model yang dibangun cukup kompleks namun terdapat keterbatasan jumlah sampel.

Keunggulan dari Smart PLS terlihat dari kemudahan penggunaannya dan juga harganya yang lebih terjangkau. Namun, kelemahan dari Smart PLS adalah bahwa tidak semua jenis analisis Structural Equation Modeling (SEM) dapat dilakukan oleh software ini. Selain itu, program ini terbatas pada pengolahan data dengan sampel yang kecil. Namun, kelemahannya adalah program ini tidak dapat menganalisis SEM untuk semua jenis sampel karena fokus pada olah data dengan sampel yang kecil. Oleh karena itu, program ini kurang sesuai untuk penelitian dengan sampel yang berjumlah besar (Purwanto et al., 2021).

Enelitian ini dibantu oleh aplikasi Smart PLS 3.0. Adapun langkah dalam Smart PLS dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Membuat hasil kuesioner dalam bentuk Excel lalu diubah menjadi file CSV
2. Memilih *New Project* di aplikasi Smart PLS
3. Menginput file .csv sebelumnya ke Smart PLS
4. Membuat struktur model dari variabel laten
5. Menguji kualitas dengan PLS Algorithm
6. Menguji hipotesis dengan *Resampling Bootstrapping*

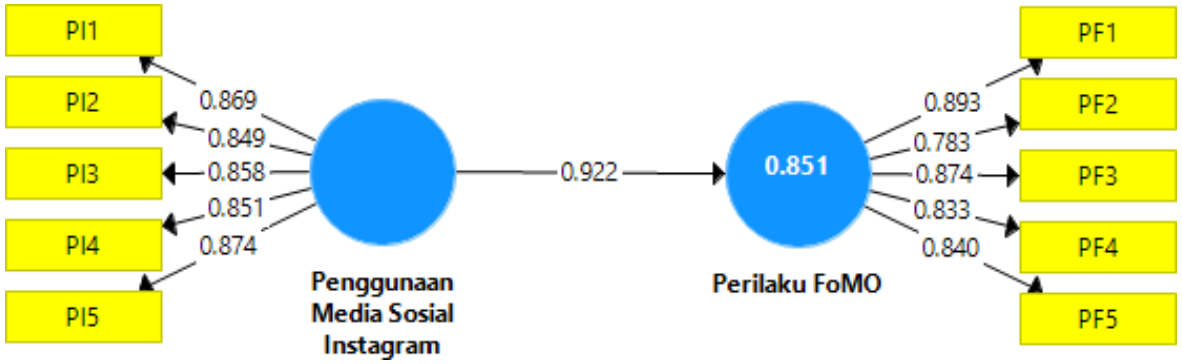
Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, survey, dan studi literatur. Kuesioner disebarkan kepada responden sebanyak 110 orang. Pernyataan pada kuesioner dirangkai menjadi 10 pernyataan dan dipisah menjadi 2 bagian dimana 1 bagian terdiri atas 5 pertanyaan. Penilainnya menggunakan skala Likert, dari 1 (tidak setuju), 2 (kurang setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti langkah berikut:

1. Membuat data kuesioner dalam *Excel* menjadi file CSV
2. Buka aplikasi Smart PLS dan pilih New Project di aplikasi Smart PLS 3
3. Menginput file .csv sebelumnya ke Smart PLS
4. Membuat struktur model dari variabel laten dengn memilih pilihan *Patent Variable* lalu *Connect***.** Ubah nama variabel sesuai keinginan kemudian masukkan indikator lain yang telah tersedia ke masing-masing variabel.
5. Menguji kualitas model pengukuran dengan *PLS Algorithm* dan mendapatkan hasilnya
6. Hasil kalkulasi didapatkan setelah data dimasukkan dalam konstruk model Smart PLS. Proses ini dilakukan hingga nilai *loading factor* dari seluruh item sudah memenuhi syarat validitas minimal 0,7. Indikator dengan *loading factor* di bawah nilai 0,7 harus dihapus untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas.

Berikut adalah hasil yang diperoleh dari Smart PLS.



Gambar 1. Hasil Kalkulasi SmartPLS

Berdasarkan hasil kalkulasi pada Gambar 1 tersebut, seluruh indikator telah memenuhi syarat pertama validitas evaluasi model yaitu dengan memiliki nilai loading faktor lebih dari 0,70. Setelah terpenuhinya syarat pertama tersebut, maka berdampak pula pada terpenuhinya syarat kedua validasi model yang mencakup nilai AVE dan syarat reliabilitas. Selanjutnya dilakukan tahap penilaian *outer model*. Kriteria untuk mengevaluasi model dalam penelitian *outer model* menurut Latan dan Ghozali (2015) yaitu tercantum dalam Gambar 2 berikut.

Tabel 1. Kriteria Evaluasi Model

Kriteria Evaluasi Model	Penjelasan
Convergent Validity (Loading Factor)	Nilai *loading factor* harus di atas 0,70 untuk penelitian konfirmatori. Nilai *loading factor* > 0,60 untuk penelitian eksploratori
Composite Reliability	Nilainya > 0,70 untuk penelitian konfirmatori Nilainya 0,60 – 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian eksploratori.
Average Variance Extracted (AVE)	Nilai AVE > 0,50
Discriminant Validity	Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten

7. Uji Measurement (Outer Model)

Tabel 2. Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loading)

	Penggunaan Media Sosial Instagram	**Perilaku FoMO**
PF1		**0.893**
PF2		**0.783**
PF3		**0.874**
PF4		**0.833**
PF5		**0.840**
PI1	**0.869**	
PI2	**0.849**	
PI3	**0.858**	
PI4	**0.851**	
PI5	**0.874**	

Output PLS Algorithm akan memberikan hasil berupa *Reability Indicator* yang berasal dari *Outer Loading*. Nilai *outer loading* menunjukkan hasil *realibility indicator* yang bertujuan untuk mengetahui *Output PLS Algorithm* yang nanti akan dihasilkan *Reability Indicator* yang dilihat adalah nilai *Outer Loading*. Dalam hal ini, nilai-nilai tersebut dapat digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari pengukuran variabel laten. Dengan mengetahui validitas dan reliabilitas dari pengukuran variabel laten, maka dapat dipastikan apakah pengukuran yang dilakukan

dapat diandalkan atau tidak. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan tepat dan akurat, sehingga dapat diandalkan saat dilakukan analisis dan interpretasi yang lebih lanjut. Hasil uji tabel tersebut memperlihatkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7, dalam kata lain konstruk mampu membuktikkan lebih dari 50% dari varian indikator sehingga dapat diandalkan dan apakah indikator pengukuran untuk variabel laten dapat diandalkan atau tidak.

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings)

	Penggunaan Media Sosial Instagram	Perilaku FoMO
PF1	0.798	0.893
PF2	0.704	0.783
PF3	0.808	0.874
PF4	0.765	0.833
PF5	0.818	0.840
PI1	0.869	0.791
PI2	0.849	0.766
PI3	0.858	0.807
PI4	0.851	0.789
PI5	0.874	0.814

Indikator akan dianggap valid jika nilai konstruk lebih besar dari 0,50. Pengukuran ini menggunakan *cross-loading* serta dapat dilihat dari indikator formatif. Oleh karena itu, apabila instrumen pernyataan pada indikator variabel penggunaan media sosial dan perilaku FoMO memiliki nilai kurang dari 0,50, maka berarti bahwa item tersebut tidak dapat memenuhi standar nilai yang sudah ditetapkan dikarenakan konstruk tersebut tidak dapat dimengerti oleh responden dan harus dihapus serta tidak diikutsertakan dalam analisis pengujian data yang selanjutnya.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen dari masing-masing indikator dinyatakan valid karena semua nilai cross-loading > 0,50 dan variabel mengenai penggunaan media sosial telah memenuhi syarat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengukuran model (Outer Model) berhasil sebab seluruh item pertanyaan sudah memiliki nilai cross-loading di atas 0,50.

Tabel 4. Hasil Uji Reliability (Construct Reliability and Validity)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Penggunaan Media Sosial Instagram	**0.912**	**0.912**	**0.934**	**0.740**
Perilaku FoMO	**0.900**	**0.902**	**0.926**	**0.715**

Dari hasil uji di atas, memperlihatkan bahwa *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* memenuhi kriteria karena bernilai lebih dari angka 0,7. Ini membuktikan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan sebagai taraf ukur bersifat sangat *reliable* terhadap masing-masing konstruknya.

Nilai AVE pada tabel uji di atas memperlihatkan hasil di atas 0,5 untuk variabel dengan indikator yang sedang diteliti, yaitu penggunaan Instagram sebesar 0,740 dan perilaku FoMO sebesar 0,715. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh karena nilainya berada di atas angka 0,5 dan memenuhi syarat.

8. Uji Struktural (Inner Model)

Tabel 5. Hasil Uji Determinant Coeffisient (R Square)

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku FoMO	**0.851**	**0.850**

Dilihat dari output data di atas, didapat hasil koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,851 yang menjelaskan bahwa variabel X (penggunaan media sosial Instagram) terbukti berpengaruh terhadap variabel Y (perilaku FoMO) sebesar 85,1% dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian statistik uji t yang terdapat pada hasil Tabel 5 di atas. Pada dasarnya, uji statistik t menunjukkan seberapa berpengaruhnya hasil dari variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y). Penjelasannya yaitu percobaan ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara perilaku FoMO (Y) dan penggunaan media sosial Instagram (X).

Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah 1,96, diperoleh dari rumus df = N – k lalu dihitung df = 110 – 2 = 108, dengan signifikansi 5% (0,05) dan dengan pengujian dua arah (two-tailed).

Tabel 6. Hasil Analisa Jalur (Path Coefficient)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Penggunaan Media Sosial Instagram -> Perilaku FoMO	**0.922**	**0.923**	**0.017**	**55.496**	**0.000**

Dilihat dari tabel di atas, hasil uji memperlihatkan bahwa variabel penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki hubungan positif terhadap perilaku FoMO (Y) yang ditunjukkan oleh hasil *original sample* (O) sebesar 0,922.

Data uji statistik t di atas memperlihatkan bahwa nilai t hitung 55,4963 > tabel 1,96.sehingga dapat dibuktikan bahwa penggunaan media sosial Instagram (X) memiliki pengaruh terhadap perilaku FoMO (Y). Hal ini searah dengan nilai signifikan (P Values) sebesar 0,000 < 0,01, yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku FoMO, dalam kata lain H1 diterima.

Tabel 7. Hasil Uji Relevan (Q^2)

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)
Penggunaan Media Sosial Instagram	**550.000**	**550.000**	
Perilaku FoMO	**550.000**	**219.449**	**0.601**

Besarnya nilai Q2 menunjukkan tinggi rendahnya tingkat observasi yang dilakukan dalam suatu penelitian. Jika nilai Q2 kurang dari nol artinya tingkat observasi rendah, sedangkan jika lebih dari nol maka menunjukkan tingkat observasi dalam penelitian tinggi.

Berdasarkan Tabel 7 di atas, model penelitian ini memiliki prediktif relevan (tingkat observasi) yang baik dan relatif tinggi, sebab nilai Q2 variabel dependen perilaku FoMO lebih dari nol, yakni sebesar 0,601.

KESIMPULAN

Didapatkan hasil dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terbukti adanya hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan perilaku FoMO pada remaja. Di mana semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, akan semakin tinggi kecenderungan untuk timbul perilaku FoMO. Sebaliknya, jika tingkat penggunaan instagram menurun, maka akan semakin rendah kecenderungan timbulnya perilaku FoMO. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima dan terlihat bahwa sebagian besar partisipan memiliki perlikau FoMO serta kecanduan media sosial Instagram yang cukup tinggi. Selain itu, dapat dilihat bahwa:

1. Remaja yang memiliki tingkat FoMO yang tinggi cenderung lebih sering menggunakan Instagram secara intensif. Dalam hal ini, semakinnya terdapat hubungan yang positif antara FoMO dengan penggunaan media sosial Instagram pada remaja. Ditunjukkan dengan nilai R Squared = 0,851 dan p = 0,000 < 0,01. Artinya, semakin tinggi kecenderungan remaja menggunakan media sosial Instagram, maka semakin kuat pula tingkat perilaku FoMO yang dialami oleh remaja tersebut.
2. Berdasarkan data yang didapat, ditemukan bahwa lebih banyak jumlah responden remaja pada kategori usia akhir yang mengalami FoMO terhadap media sosial Instagram daripada kategori usia dewasa awal.

DAFTAR PUSTAKA

Dempsey, A. E., O'Brien, K. D., Tiamiyu, M. F., & Elhai, J. D. (2019). Fear of Missing Out (FoMO) and Rumination Mediate Relations Between Social Anxiety and Problematic Facebook Use. *Addictive Behaviors Reports*.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kandell, J. J. (1998). Internet Addiction on Campus: The Vulnerability Of College Students. *Cyberpsychology & Behavior*, *I*.

Komariah, K., Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Pada Remaja. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, *9*(9), 3463–3471.

Moore, K., & Craciun, G. (2021). Fear of Missing Out and Personality as Predictors of Social Networking Sites Usage: The Instagram Case. *Psychological Reports*, *124*(4), 1761–1787. https://doi.org/10.1177/0033294120936184

Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, *29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Sosial dan Manajemen: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Medium. *International Journal of Social and Management Studies*, *24*, 43–53. https://doi.org/https://doi.org/10.5555/ijosmas.v2i4.50

Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian

Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, *2*(4), 216–227. https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64

Rasmussen, E. E., Punyanunt–Carter, N. LaFreniere, J. R., Norman, M. S., & Kimball, T. G. (2020). The Serially Mediated Relationship Between Emerging Adults' Social Media Use and Mental Well–being. *Computers in Human Behavior*, *102*, 206–213.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatf Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarna, D. L., & Manik, N. B. (2019). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna SAP PT Polychemie Asia Pacific Permai. *Jurnal Logistik Bisnis*, *09*(2), 68–75.

Zhang, L. (2020). Fear of Missing Out and Cog-nitive Failures in College Students: Mediation Effect of Mobile Phone Social Media Dependence. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, *28*, 67–70.

ZHANG, Y., LI, S., & YU, G. (2021). The relationship between social media use and fearof missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, *53*(3), 273–290

.